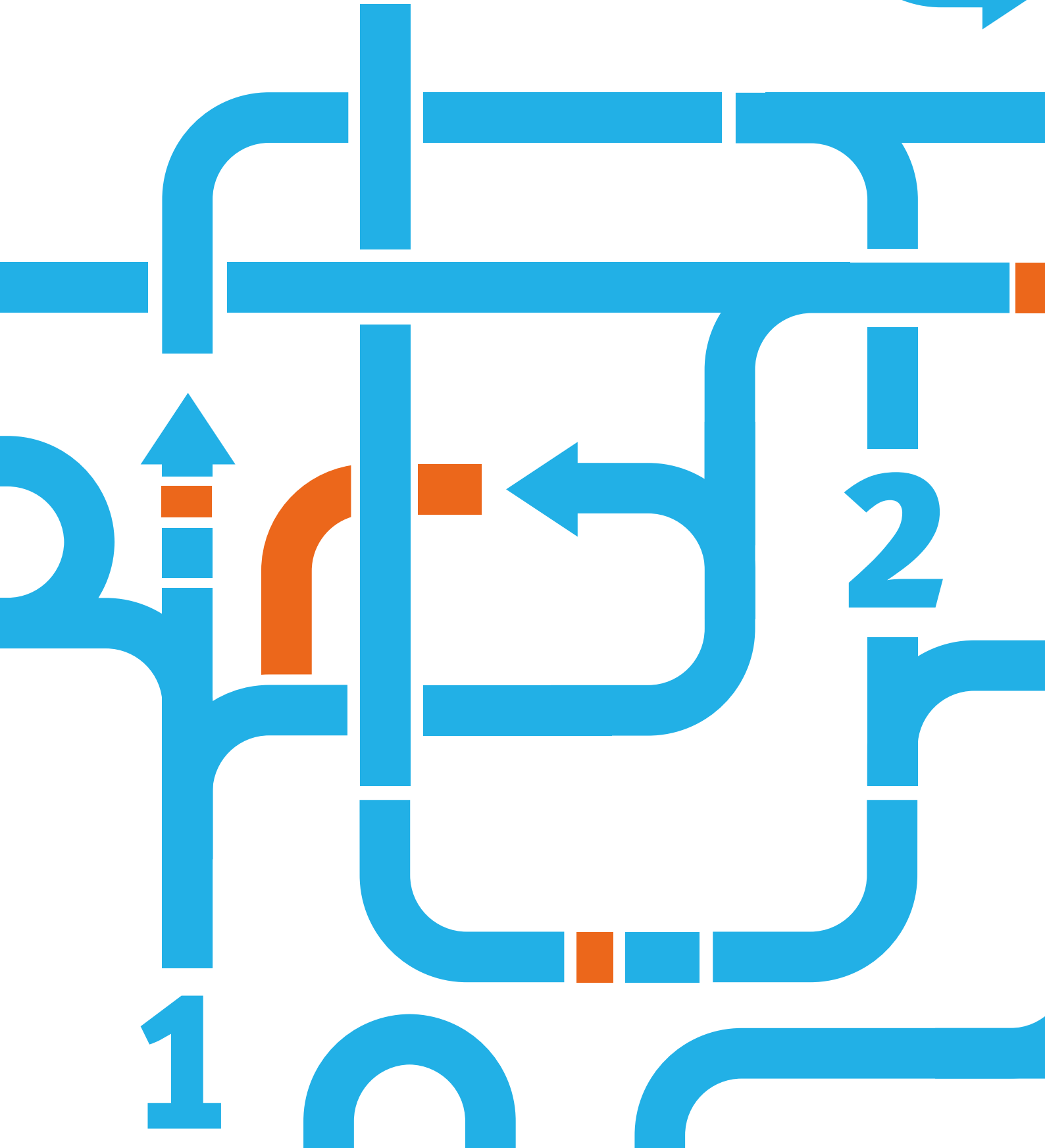
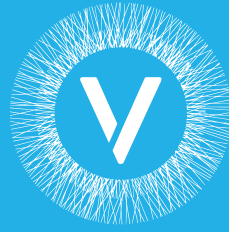


STRATEGY

TEST



HALLO,

der VORN Strategie-Test liegt vor dir. Doch zunächst ein paar Worte zu uns.
Danach weißt du, worauf du dich einlässt:

Was bedeutet Strategie bei VORN?

Investigieren, inspirieren, implementieren.

*Wir suchen da, wo die anderen nicht hinschauen oder hinhören –
mit kognitiven, assoziativen und projektiven Techniken.*

Wir bringen Kreative, Kunden und Kollegen auf neue Ideen – mit System.

Wir bleiben am Ball bis zur Umsetzung – mit Leidenschaft und Hartnäckigkeit.

Bis es den Unterschied macht.

Für attraktivere Marken.

Für bessere Kommunikation.

Für erfolgreicheres Business.

Wenn du findest, dass das nach dir klingt, dann zeig's uns!

Jetzt zu den Aufgaben: Diese stehen jeweils für einen bestimmten Aspekt unserer Arbeit und geben dir die Möglichkeit, uns einen guten Eindruck von deinen Fähigkeiten zu vermitteln.

Solange du deine Gedanken frei auf den Punkt bringst, bleibt es dir überlassen, welche Form der Bearbeitung du wählst. Aber egal was du machst:

Denke frei! Sei inspiriert! Und habe Spaß dabei!

Bitte schicke uns neben dem Strategie-Test auch noch deinen Lebenslauf. Gemeinsam schauen wir dann, ob wir zusammen passen.

Wir sind gespannt und freuen uns auf deine Ergebnisse!

#1 ANALYSIEREN

Der Umgang mit Zielgruppen gehört zum Alltag des Strategen. Deshalb haben wir an dieser Stelle gleich zwei Teilaufgaben für dich.

Wer ist die kommunikative Zielgruppe von nutella? Du kannst Bilder, Worte, Zahlen und Emojis nutzen, um uns die Zielgruppe näher zu bringen.

Worin unterscheiden sich die kommunikativen Zielgruppen von Lidl und Penny? Teile uns deine Antwort in maximal 5 Sätzen mit.

#2 IDENTIFIZIEREN

Strategen beschäftigen sich mit analogen und digitalen Trends und überlegen, wie sie diese für Marken bestmöglich nutzen können. Welchen Trend oder welche gesellschaftliche Veränderung ist dir in letzter Zeit in Erinnerung geblieben? Welche spezifischen Herausforderungen könnte diese Entwicklung für Marken haben?

#3 OPTIMIEREN

Das Internet ist für Strategen längst kein Neuland mehr. Trotzdem gibt es unterschiedliche Meinungen über gelungene und missratene digitale Kampagnen.

Welche digitale Kommunikation hat dir in den letzten 6 Monaten aus strategischer Sicht besonders gut gefallen? Bitte vergleiche dein Best Practice Beispiel mit einer digitalen Kampagne, die dir im selben Zeitraum missfallen hat.

#4 SANIEREN

Als Strategen nehmen wir es auch mit den schwierigsten Fällen auf.

Welcher Marke, die derzeit unter einer Schwächephase leidet, würdest du zu einem Comeback verhelfen? Wie würdest du das anstellen, was ist deine Strategie?

#5 INSPIRIEREN

Eine zentrale Eigenschaft von Strategen ist es, neugierig zu bleiben.

Was inspiriert dich? Zeige es uns anhand einer Collage aus Bildern, Worten, oder oder oder. Egal, ob es Menschen, Märkte oder Marken sind. Egal, ob dich das Mittelalter oder Mönchengladbach inspiriert.

#6 APPLAUDIEREN

Strategen lieben Marken. Für die eine Marke entfachen sie mehr Leidenschaft, für die andere Marke weniger.

Für welche Marke klatschst du verzückt in die Hände? Warum begeistert dich genau diese Marke?

Wodurch grenzt sie sich vom Wettbewerb ab? Beschreibe die Marke mit Worten, Werten und – wenn du magst – mit Visuals.

#7 REÜSSIEREN

Strategen sind immer offen für Überraschungen, spontane Ideen und unvorhergesehene Ereignisse.
Deshalb zum Schluss: Was würdest du an deinem ersten Tag bei uns machen?

DER LETZTE AKT:

Wer bist du?

Name

Geburtstag

Wie erreichen wir dich?

E-Mail

Xing

LinkedIn

Blog/Twitter

Telefon

Straße, Nr.

PLZ, Wohnort

Und bitte vergiss nicht, deinen **LEBENS LAUF** mitzuschicken!